

Вікно в Європу для «Володарки»

Якість, що створювалася десятиліттями. Цей набір, здавалося б, звичайних у виробничій сфері слів є водночас і девізом, і кредо, і незмінним імперативом для колективу Вінницького швейного підприємства ВАТ «Володарка». Відомо, що в конкурентному середовищі висока якість продукції – неодмінна умова успіху на ринку. Що характерно для «Володарки», то це своє особливе трактування поняття якості, від котрої тут ще залежать і можливості укладення міжнародних контрактів та загалом перспективи виживання в нинішніх суворих реаліях. А тримати марку, тобто незмінно високі якісні показники, допомагає швейникам не лише сучасне технічне обладнання та майстерність працівників, а й власна давня традиція. Не випадково понад півстоліття підприємство спеціалізується на виготовленні чоловічих костюмів, постійно дбаючи про вдосконалення їхніх фасонів відповідно до світових стандартів і утримуючи лідерство в цьому напрямі вітчизняного швейного виробництва.

Не так давно на «Володарці» відзначили 90-ліття від часу заснування підприємства. Це стало приводом згадати його історію, поглянути в минуле, щоб краще осягнути надбання й визначити шляхи розвитку.

Із невеликої кравецької майстерні, відкритої 1923 року при місцевій профспілковій організації, чотири роки по тому створили Вінницьку державну кравецьку фабрику, котра швидко нарощувала обсяги виробництва. Як свідчать архівні матеріали, у передвоєнні роки вона стала одним із найбільших підприємств галузі, на яке припадала десята частина всієї валової продукції легкої промисловості України. У 60-х роках минулого століття на базі «Володарки» створили виробниче об'єднання у складі дев'яти швейних підприємств. 1989 року на посаду **генерального директора об'єднання призначили Леоніда ГАВРИША** (на знімку), і, як з'ясується, на плечі нового керівника одразу й повною мірою лягла відповідальність за долю підприємства, бо воно невдовзі увійшло в найскладніший за всю другу половину ХХ століття період свого існування...

Згадаймо, що в колишньому Союзі та УРСР легка промисловість була великою галуззю, у складі республіканського міністерства налічувалися сотні підприємств. Але з відкриттям кордонів на початку 1990-х років галузь показала свою неконкурентоспроможність. Чому?

– У країні не виготовляли обладнання необхідного для швейної промисловості рівня, – пояснює Леонід Гавриш. – За своєю кінематикою воно належить до найскладніших видів обладнання, тож його в нас так і не створили. А кого тільки не залучали до випуску повсякденних товарів! Навчаючись у Київському технологічному інституті легкої промисловості, я проходив практику, хоч як це дивно, на Тульській зброярні. Там, на підприємстві з виробництва надточних гармат, працював цех з випуску товарів масового вжитку – панчів і шкарпеток.

Недосконалі машини, якими були оснащені підприємства легкої промисловості, могли забезпечити випуск виробів такого ж невисокого рівня якості. Завдання було прозаїчним: бодай який одягити людей, бо попит був величезним. Тому й підключали інші галузі, але там уже саме ставлення до цих товарів так званого ширвжитку як до другорядної продукції теж відсувало питання якості на другий план.

Розпад СРСР спричинив розрив сталих економічних зв'язків, через відкриті кордони до нас хлинув потік товарів із країн Європи, до того ж різко знизилася купівельна спроможність населення. Якщо раніше звичайні люди могли одразу купити по кілька костюмів до різних свят і сезонів, то тепер вони купували тільки необхідне й шукали речі дешевші.



Тож із сотень підприємств галузі залишилися одиниці. За словами Леоніда Тарасовича, утриматися на плаву змогли лише ті, хто швидко зорієнтувався й налагодив співпрацю з партнерами в західних країнах.

Сьогодні такий підхід видається логічним і зрозумілим. Але згадаймо, в яких умовах потрібно було приймати доленосне рішення. Підприємство оснащене морально застарілим обладнанням, позбавлене обігових коштів, «обвішане» боргами. А ще колосальний розрив між якістю вітчизняною та європейською...

Що допомогло Л. Гавришу повірити, що з тої патової ситуації є вихід, зробити своєчасний і правильний вибір і вивести-таки «Володарку» на орбіту міжнародного співробітництва? Бо, судячи з великої кількості безповоротно втрачених підприємств галузі, зовсім небагато їхніх керівників відважилося зробити ставку на міжнародну кооперацію. Певно, став у пригоді попередній досвід, а це 16 років роботи директором Вінницької трикотажної фабрики «Динамо». До речі, кар'єру Леоніда Тарасовича на цій фабриці можна порівняти з вертикальним злетом: влаштувався технологом, уже через рік став головним інженером, минуло ще трохи більше року – і пересів у крісло директора, отримавши це призначення у 27 років! Що, опинився «у потрібний час у потрібному місці»? Ні, тоді молодих фахівців так просто на чолі колективів не ставили. Це призна-





У фірмовому магазині-салоні «Володарка»

25

чення Л. Гавриш отримав, як написав вінницький письменник Василь Кобець, «за той потужний потенціал, кипучу енергію і енергетику, яка має вплив на людей, море новітніх ідей і, що головне для керівника, сміливість брати на себе відповідальність за підприємство, за колектив».

Як і багатий досвід, такі лідерські якості теж були необхідні, щоб люди йшли за керівником, черпали сили з його цілеспрямованості й впевненості, ставали однодумцями.

Вдалим виявився й вибір на міжнародній арені перших точок дотику. У той період, коли українська економіка потерпала від розриву зв'язків, переживала важкі часи й виробники колишньої НДР, але, навпаки, – від об'єднання економічного простору, бо вони ще довго не були готові на рівні «спілкуватися» із західними конкурентами. Тож їм також доводилося «перекроювати» виробничі процеси, шукати свою «нішу» на ринку і нових партнерів. Отже, «генерал» знаного українського швейного об'єднання швидко порозумівся зі своїм німецьким колегою – керівником найпотужнішого тамтешнього текстильного комбінату, започаткувавши взаємовигідні ділові стосунки.

Відтак «Володарка» отримала від німецької сторони перші замовлення на виготовлення одягу. А далі працював своєрідний механізм розвитку. Чітке виконання замовлень дало можливість колективу вийти на нових партнерів і заслужити за кордоном високу репутацію. А така репутація відкрила шлях до закордонних кредитів для придбання новітнього обладнання, завдяки якому вдалося значно підвищити якість продукції. І, нарешті, висока якість на рівні міжнародних стандартів стала для підприємства ключем до престижного європейського ринку одягу. Ось так спрацювала мудра й смілива ідея Леоніда Гавриша відкрити для «Володарки» віконець в Європу.

Щоправда, це віконець потребувало змін не тільки в стилі та ритмі роботи, а й у самому світогляді. Треба було «відповідати європейським стандартам», а що це таке, нам пояснив виконавчий директор ВАТ «Володарка»

Михайло Касьяненко. У нього ще свіжі враження від чергової перевірки підприємства західними експертами. Вона не мала нічого спільного з ревізіями та атестаціями, що проводилися за радянських часів. Делегацію, котру недавно приймали на підприємстві, цікавили не тільки умови праці, техніка безпеки й технологічна дисципліна, а ще багато інших питань. Як дотримуються екологічних і санітарних норм, яка енергоефективність виробництва, чи використовується дитяча праця, чи не працюють люди в позанормовий час, чи не трапляються факти дискредитації за расовими і гендерними ознаками?

– Навіть про стиль спілкування керівників підприємства й підрозділів зі своїми підлеглими цікавилися наші гості! – не приховує емоцій Михайло Іванович. – А напередодні нас попередили, що не можна ні зустрічати, ні проводити делегацію. Навіть організувати екскурсію містом чи хоча б підприємством не дозволялося. І під час їхнього спілкування з робітниками ніхто з керівництва не міг бути присутній. Тобто передбачено все для того, щоб висновки експертів були максимумно об'єктивними. Тепер я розумію, чому дехто побоюється європейських стандартів, бо дбати про людей потрібно буде не на словах, а на ділі.

Саме так і дбає про колектив Леонід Гавриш, бо щоразу «Володарка» успішно складає іспит на «європейськість». 20 років тому він став головою відкритого акціонерного товариства, створеного на базі виробничого об'єднання, а з 2001-го очолив його спостережну раду. Додамо, що він заслужений працівник промисловості України, академік Української технологічної академії, професор кафедри технології швейного виробництва Національного університету технології та дизайну, почесний громадянин Вінниці... Державні нагороди, грамоти, подяки та інші відзнаки залишмо за дужками.

...Нині старе вітчизняне швейне обладнання, яким раніше було оснащене підприємство, можна побачити лише в музеї. Після модернізації виробництва швейники мають

справу тільки із сучасним імпортованим високоєфективним обладнанням від провідних фірм Німеччини та Японії. Задоволення, як то кажуть, недешево: тільки, наприклад, комп'ютеризована машинка з пошиття лацканів коштувала 45 тисяч доларів, а що вже казати про лінії-автомати для волого-теплової обробки костюмів, автоматизовані системи і комплекси, які виконують конструювання одягу, розкрій тканин та інші операції. Але без такого технічного переоснащення європейський ринок залишився б недосяжним.

Ділові стосунки налагоджено з провідними фірмами Німеччини (навіть найбільший у Європі виробник чоловічого одягу під маркою BOSS став партнером «Володарки»), Нідерландів, Бельгії, Франції, Великої Британії, Словаччини. 80 відсотків виробів вінницьких швейників поставляють до цих країн, а також до Об'єднаних Арабських Еміратів і США. Навіть парижанам, законодавцям європейської моди, костюми від «Володарки» припали до смаку, не випадково ж їх уже реалізують у найпрестижніших і найпопулярніших, зокрема й на Єлисейських Полях, салонах.

Не забувають на «Володарці» й про вітчизняного споживача. Моделі для внутрішнього ринку тут розробляють самостійно, враховуючи як світові тенденції, так і національні смаки, а також те, що ціна має бути справедливою для українців. Костюми, піджаки, пальта, плащі, куртки, чоловічі та жіночі брюки в широкому асортименті представлені в двох відкритих у Вінниці фірмових магазинах-салонах із назвою «Володарка», що стала відомим брендом. Спеціалізовані магазини і відділи з виробами підприємства є в Києві, Запоріжжі, Кіровограді, Івано-Франківську та багатьох інших містах України.

Леонід Тарасович обома руками за більшу переорієнтацію на вітчизняний ринок, відродження текстильного виробництва та й загалом усієї галузі, але для цього потрібно кардинально змінити державну економічну політику. А за «Володаркою» справа не стане.